



la **Banco** *nota*

N. 95 - Ottobre 2019



L'azienda

Aurora, un segno lungo un secolo

Finanza

Il futuro del pianeta passa dall'economia circolare

Strategie

Banco Desio, 110 anni di crescita ininterrotta

Filiali

Vicenza, Trissino e Palladio

Comunicazione

Spoletto e il suo Festival

Viaggi

Tradizioni autunnali in Alto Adige

SENZA LE PERSONE SAREMMO SOLO UNA BANCA.

Un luogo, un punto di riferimento per sostenere progetti e ambizioni.



Incontrarsi, dal 1909 il nostro modo di essere banca. bancodesio.it



Banco Desio

Un rapporto personale.



la **Banco** *nota*

N. 95 - Ottobre 2019

STRATEGIE

Banco Desio, 110 anni di crescita ininterrotta 4

FINANZA

Il futuro del pianeta passa dall'economia circolare 6

L'AZIENDA

Aurora, un segno lungo un secolo 10



6



24

FILIALI

Vicenza, Trissino e Palladio 14
Bevagna, dove rivive il medioevo 17

TERRITORIO

La terra del Sagrantino 20

COMUNICAZIONE

Palio degli Zoccoli, tradizione desiana 23
Spoleto e il suo Festival 24

ASSOCIAZIONI

Un riparo per le difficoltà della vita 28

VITA DI GRUPPO

Sport in primo piano
Alla scoperta del Centro America 31

VIAGGI

Tradizioni autunnali in Alto Adige 32



28

Registrazione:

Tribunale di Milano n. 292 del 15 aprile 2005

Direttore responsabile:

Giorgio Brugora

Vice direttore:

Tommaso Adami

Comitato di Direzione:

Tommaso Adami, Angelo Antoniazzi, Maurizio Ballabio, Mauro Walter Colombo, Walter Longini, Emilio Quartucci, Umberto Vaghi

Coordinamento editoriale:

Monica Nanetti

Collaboratori:

Anita Armani, Marco Demicheli, Luisa Ferrari, Alessandro Manca, Andrea Pizzi, Francesco Ronchi

Editore incaricato

Media(iN) srl
Via Campi, 29/L - 23807 Merate (LC)

3

Progetto Grafico e impaginazione:

Media(iN) srl

Stampa:

Intergrafica srl - Azzano San Paolo (BG)

Finito di stampare:

Ottobre 2019
Azzano San Paolo (BG)

Responsabilità:

la riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità per il caso che si tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista. Ai sensi del D.Lgs 196/03 garantiamo che i dati forniti saranno da noi custoditi e trattati con assoluta riservatezza e utilizzati esclusivamente ai fini commerciali e promozionali della nostra attività. I Suoi dati potranno essere altresì comunicati a soggetti terzi per i quali la conoscenza dei Suoi dati risulti necessaria o comunque funzionale allo svolgimento dell'attività della nostra Società. Il titolare del trattamento è: Media(iN) srl, via Paolo Regis 7 - 10034 Chivasso. Al titolare del trattamento Lei potrà rivolgersi al numero 039/ 99891 per far valere i Suoi diritti di rettificazione, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03

Banco Desio, 110 anni di crescita ininterrotta



4

Ingegnere Agostino Gavazzi. Stefano Lado, milanese, ha conseguito la laurea in Giurisprudenza con indirizzo Commerciale Bancario presso l'Università di Milano. Ha maturato una lunga esperienza nel mondo bancario entrando nel Gruppo Banco Desio nel 1988 come Consigliere di Amministrazione. In seguito ha ricoperto la carica di Presidente della controllata Banca Popolare di Spoleto ed è attualmente consigliere e membro del comitato esecutivo dell'ABI. È lui il protagonista dell'intervista di questo numero della Banconota.

Presidente, 110 anni è una storia che non molti istituti di credito possono vantare. Come avete deciso di celebrare questo traguardo?

Abbiamo organizzato una Convention della Banca a Firenze perché Banco Desio è presente con filiali in molte regioni: Lombardia, Liguria, Lazio, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo. Vogliamo ricordare con un momento di festa questa data dei 110 anni con i dipendenti, che vivono costantemente e concretamente il territorio e la vita della Banca, per far sì che si conoscano e possano trasmettere i valori della tradizione e innovazione ai colleghi più giovani.

Un altro evento saliente dell'anno in corso è stata la fusione con la Banca Popolare di Spoleto. Cosa vi ha portato a questa scelta?

L'Istituto era entrato nel capitale della banca umbra nel 2014, all'epoca del commissariamento, e ne aveva acquisito il controllo con oltre il 70% delle azioni per arrivare nel 2015 all'81,7% a seguito del conferimento di sportelli nell'ambito della riorganizzazione territoriale del Gruppo nel Centro Italia. Completato il risanamento e rilancio della banca, il percorso di totale integrazione fra Banco Desio e Spoleto, si completerà con l'ulteriore semplificazione e riduzione dei costi, una maggiore efficienza delle risorse, un'ulteriore razionalizzazione delle aree di credito, delle funzioni commerciali e della struttura. Dopo il via libera della Banca d'Italia nel mese di marzo di quest'anno, e dopo l'approvazione delle rispettive assemblee, il 1° luglio la Spoleto è stata quindi incorporata per fusione nel Banco Desio. Il brand Banca Popolare di Spoleto conserverà le sue insegne in Um-

**Stefano Lado,
Presidente
Gruppo Banco
Desio**

Giorgio Brugora

La storia del Banco di Desio e della Brianza affonda le sue radici nella Cassa rurale di Desio, nata il 4 agosto 1909 per iniziativa di imprenditori locali, tra cui Egidio e Pio Gavazzi. La famiglia Gavazzi divenne prima azionista e poi ne assunse il controllo. Nel 1967, con la fusione per incorporazione della Banca della Brianza, il Banco raddoppiò la sua presenza sul territorio in termini di filiali. Nel 1995, poi, ci fu il grande salto con la quotazione alla Borsa Valori di Milano. Nel 2014 la banca si espande nel centro Italia con l'acquisizione della Banca Popolare di Spoleto, incorporata nel corso di questi ultimi mesi. Dal 2017 alla guida del Gruppo Banco Desio e della Brianza in qualità di Presidente c'è l'avvocato Stefano Lado, succedendo al Presidente uscente

bria, anche per mantenere forte il legame col territorio di riferimento, ma d'ora in poi esisterà una sola banca (o meglio il Gruppo Banco Desio).

Volgendo ora lo sguardo al futuro, quali sono i punti salienti del piano industriale del triennio?

Vorrei partire citando un fatto degno di nota: il covered bond a 7 anni che abbiamo lanciato a luglio per 500 milioni, con un rendimento di 50 punti base sopra il tasso midswap e con ordini che hanno raggiunto il quadruplo dell'emissione arrivando a ben 2 miliardi di euro. Un altro passo importante è stata la cessione di ulteriori sofferenze che continua il percorso di attenta gestione degli NPL (non-performing loans) che nel corso del 2018 ha visto il perfezionamento della massima cessione per 1 miliardo di euro con la quale il Gruppo ha raggiunto un traguardo di elevata competitività del proprio attivo nel sistema; continuiamo quindi ad abbassare il peso delle sofferenze, e nel piano industriale abbiamo previsto di arrivare a meno del 5% entro il 2021, in linea con quanto formulato dalla BCE. Il piano industriale ha posto anche il focus sullo sviluppo professionale degli addetti verso la consulenza patrimoniale alla clientela, testimoniato dalla nascita della divisione interna del Private Banking, con un incremento sia del numero di consulenti, sia del livello di professionalità, umano e tecnologico con l'obiettivo di offrire ai clienti un concetto di consulenza patrimoniale completa. Infine abbiamo dedicato una particolare attenzione anche al settore del bancassicurazione, nell'ambito del wealth management per privati e imprese, creando una divisione apposita, e a luglio abbiamo siglato un accordo con Coface, uno dei più grandi operatori mondiali del settore per creare servizi e consulenza a sostegno delle aziende clienti.

In un contesto economico in questo momento poco favorevole per le banche quali sono i risultati del periodo?

Direi complessivamente soddisfacenti. Il Banco Desio e della Brianza ha chiuso il 1° semestre con un utile netto di 23,5 milioni di euro, in crescita del 72,6% rispetto allo stesso periodo del 2018 ancorché quest'ultimo scontasse gli effetti della massiva cessione delle sofferenze. Tra gli altri dati trovo significativo che la raccolta complessiva da clientela sia aumentata del 4,3% rispetto a fine 2018, a 25,6 miliardi, con un importante progresso della raccolta gestita. Inoltre le nuove erogazioni a famiglie e imprese sono pari a 1 miliardo di euro, un dato che conferma il costante contributo del Gruppo Banco Desio in termini di accesso al credito per il settore privato e di offerta ai finanziamenti alle imprese.


Quale missione punta a svolgere il Gruppo Banco Desio con i suoi prodotti e servizi?

Crediamo che solo il contatto di prossimità con la clientela privata per la gestione della ricchezza delle famiglie e con le imprese dia la possibilità di rendere sostenibile la crescita nel tessuto economico-sociale in cui la banca opera. La scelta di essere una banca vicina alle esigenze dei nostri clienti è una precisa strategia che continuiamo a supportare. Essere Banca del territorio non significa comunque ignorare l'evoluzione tecnologica. Per noi innovazione non significa chiudere le filiali per lavorare solo con il digitale, ma coniugare le due modalità. Quello che le ultime tendenze chiamano "phygital", fisico e digitale che sinergicamente si rafforzano.

Come si declina questo nel concreto?

Soprattutto sui due fronti delle filiali e dell'innovazione. Per noi la presenza sul territorio è un valore, oggi abbiamo una rete distributiva di oltre 260 sportelli che continuiamo a monitorare in termini di efficienza e sostenibilità del punto vendita nei confronti della potenzialità del suo territorio con un percorso che può portare a razionalizzazioni così come anche a nuove aperture; a settembre abbiamo ad esempio aperto una nuova filiale a Fano nelle Marche. Con il completamento dell'attività di razionalizzazione delle filiali sarà possibile destinare ulteriori risorse allo sviluppo commerciale, accrescendo la qualità dei servizi offerti ai clienti. Sul fronte dell'innovazione investiamo nell'adeguamento alle tecnologie FinTech. Dobbiamo essere sensibili alle novità di oggi che preparano lo sviluppo tecnologico dei prossimi anni. Con questo scopo abbiamo creato un team ad hoc con giovani talenti e a breve saremo in grado di gestire autonomamente i dati. Nel tempo abbiamo avviato una serie di approfondimenti con diverse società FinTech, siamo quindi in grado di valutare ogni opportunità tramite le competenze acquisite.

Cos'altro caratterizza questa banca?

Siamo una Banca con profonde radici nel territorio e nelle relazioni, non guardiamo solo i numeri ma siamo attenti alla cultura e a una miriade di iniziative sociali e culturali, anche piccole, promosse dalle comunità locali per cui la nostra presenza è molto importante. Ne cito due tra le principali che parlano dei nostri territori: il Festival dei 2Mondi di Spoleto e Il Palio degli Zoccoli di Desio. Oltre a questo, il Gruppo Banco Desio, pur vantando una storia antica, non rinuncia a guardare al futuro, nel nome di un felice connubio: tradizione e innovazione. 

Il futuro del pianeta passa

Il passaggio all'economia circolare partendo dall'attuale sistema economico lineare rappresenta secondo molti esperti l'unica via per raggiungere l'obiettivo finale di una società e una produttività davvero sostenibili.

— **Alessandro Manca e Marco Demicheli - Ufficio Gestione Patrimoni Mobiliari del Banco Desio** —

6

In Italia più di 1.400.000 tonnellate di pneumatici fuori uso sono stati recuperati dal 2011, equivalenti in peso a 10 navi da crociera e in grado, se messi in fila, di coprire due volte la circonferenza terrestre. Dopo essere stati recuperati vengono macinati meccanicamente, ottenendone un granulato di gomma e polverini con cui si producono pannelli e prodotti isolanti per l'edilizia; oppure tappetini e materassini in grado di assorbire le vibrazioni nei punti degli edifici più sollecitati. Non solo: grazie all'alta resistenza alle deformazioni e all'ottimo assorbimento degli urti, i granuli di gomma riciclata si possono usare per realizzare pavimentazioni per impianti sportivi, anche esterni, visto che resistono efficacemente a

muffe e batteri, alle escursioni termiche e agli agenti atmosferici. L'ultima opzione è di utilizzare il granulato per realizzare l'asfalto delle strade, che risulta più resistente nel tempo e in grado di ridurre l'inquinamento acustico dovuto al passaggio dei veicoli.

In Europa 8,5 milioni di tonnellate di pannolini ogni anno finiscono in discarica o inceneriti, e fino a 30 milioni nel mondo. Rifiuti che invece contengono una gran quantità di materie prime recuperabili. Grazie a una tecnologia innovativa, ora disponibile su scala industriale, da una tonnellata di pannolini e prodotti assorbenti si ricavano 300 chilogrammi di materiale secco che, una volta trattato, viene trasformato in 150 kg di cellulosa, 75 kg di plastica e 75 kg di polimero super assorbente.

Invece di finire in discarica o essere utilizzati nei mangimi degli animali, gli scarti di lavorazione di agrumi, mais, olive, lavanda, ciliegie, caffè, kiwi, mandorle, fagioli possono essere utilizzati per produrre carta. L'idea è di una cartiera storica italiana che vari anni fa ha pensato di utilizzare le alghe in esubero provenienti dalla laguna di Venezia al posto della cellulosa ricavata dagli alberi. Il risultato: carta piacevole da toccare e con le stesse caratteristiche di stampabilità della carta normale; utilizzabile per libri, riviste o inviti, ma anche per il packaging di prodotti di lusso. Per esempio il packaging di un famoso champagne è stato realizzato con cartone ottenuto da residui di vinacce in una percentuale del 25%. Sempre dagli scarti agroalimentari, in particolare da



dall'economia circolare

“Ci sono abbastanza risorse per soddisfare i bisogni di ogni uomo, ma non l'avidità di ogni uomo.”

(Gandhi)

quelli della lavorazione degli agrumi pari a 700.000 tonnellate annue, due ragazze siciliane sono riuscite a ottenere una fibra speciale con cui realizzare tessuti, profumati e in grado di resistere fino a 40 lavaggi.

Queste sono alcune prove di come sta evolvendo il paradigma economico globale. In effetti, il modello di crescita che ha caratterizzato gli ultimi 150 anni di storia può essere definito “lineare”: un'economia industriale, di mercato, basata sull'estrazione di materie prime sempre nuove, sul consumo di massa e sulla produzione di scarto una volta raggiunta la fine della vita del prodotto. Questo flusso di estrazione e dismissione di materia ha causato effetti ambientali dannosi come la contaminazione dei mari e della terra, il dramma dei rifiuti, le emissioni di gas serra responsabili del cambiamento climatico, guerre per il controllo delle materie prime, forte disuguaglianza sociale. Per elaborare un modello di sviluppo alternativo all'economia lineare, si sono studiate modalità

alternative in grado di fermare lo spreco di materia e l'inquinamento da fonti fossili, promuovendo la produzione efficiente, il riciclo, l'eco-design, le energie e fonti rinnovabili. Il risultato di tutti questi anni di ricerche e sperimentazioni per un mondo più sostenibile è confluito nel concetto di economia circolare, ovvero un modello di economia che riduce ed elimina lo scarto, differenzia le fonti di approvvigionamento di materia e fa vivere più a lungo, massimizzando il valore d'uso, i prodotti di consumo. La definizione classica di economia circolare è una locuzione che definisce un sistema economico pensato per potersi rigenerare da solo, garantendo dunque anche la sua eco-sostenibilità. Le origini di tale concetto sono principalmente radicate nell'economia ecologica e ambientale e nell'ecologia industriale, e vengono fatte risalire alla fine degli anni Settanta. A oggi, il dibattito ha fatto passi da gigante, ponendosi all'interno delle istituzioni e del sistema economico con

7





8

dati, statistiche e concretezza. A convalidare tale tesi vi sono diversi esempi: il pacchetto dell'economia circolare presentato dalla Commissione Juncker all'inizio del dicembre 2015 (misure concrete per promuovere il riutilizzo e stimolare la simbiosi industriale trasformando i prodotti di scarto di un'industria in materie prime destinate a un'altra; incentivi economici affinché i produttori facciano giungere prodotti più ecologici sul mercato e un sostegno ai sistemi di recupero e riciclaggio); l'enciclica "Laudato Si" di Papa Francesco del maggio 2015 ("stentiamo a riconoscere che il funzionamento degli ecosistemi naturali è esemplare [...] il sistema industriale, alla fine del ciclo di produzione e di consumo, non ha sviluppato la capacità di assorbire e riutilizzare rifiuti e scorie"); le tante aziende private e organizzazioni non profit che si stanno mobilitando verso un modello circolare di management interno.

Per una più facile comprensione di come il modello economico circolare possa aderire alla realtà, risulta utile dividerlo in differenti fasi. Ovviamente, nonostante tale processo di segmentazione, deve rimanere chiara la continuità che lega ogni fase alla successiva, in un infinito divenire positivo. In generale si possono individuare sette fasi.

La prima, definibile come "ecodesign", consiste nella progettazione di prodotti che possano durare a lungo, il cui smontaggio sia semplice, in modo da permettere facilmente la riparazione, il riutilizzo, il

recupero.

La fase di "approvvigionamento materiali e risorse" riguarda l'approvvigionamento energetico e la scelta di fonti rinnovabili e sostenibili.

Il "consumo materiali e risorse" consiste nell'utilizzo efficiente delle risorse in tutte le fasi della produzione e sostituzione delle materie prime vergini con materie prime seconde derivanti da filiere del riciclo, attuando l'efficienza energetica ovvero l'ottimizzazione del consumo di energia attraverso politiche di riduzione mirate.

La quarta fase è quella della "gestione rifiuti, scarti ed emissioni", in cui massima attenzione è rivolta alla gestione degli scarti di produzione, dei rifiuti e dei prodotti arrivati a fine vita.

Il passaggio successivo, quello del "trasporto e distribuzione" ha a che fare con l'impatto ambientale dei trasporti connessi alle varie fasi del processo produttivo, della distribuzione e della logistica.


La sesta fase ha come fondamento la "raccolta" dei prodotti che non vengono più utilizzati dai consumatori, altrimenti destinati a diventare rifiuti perdendo la possibilità di un loro riutilizzo.

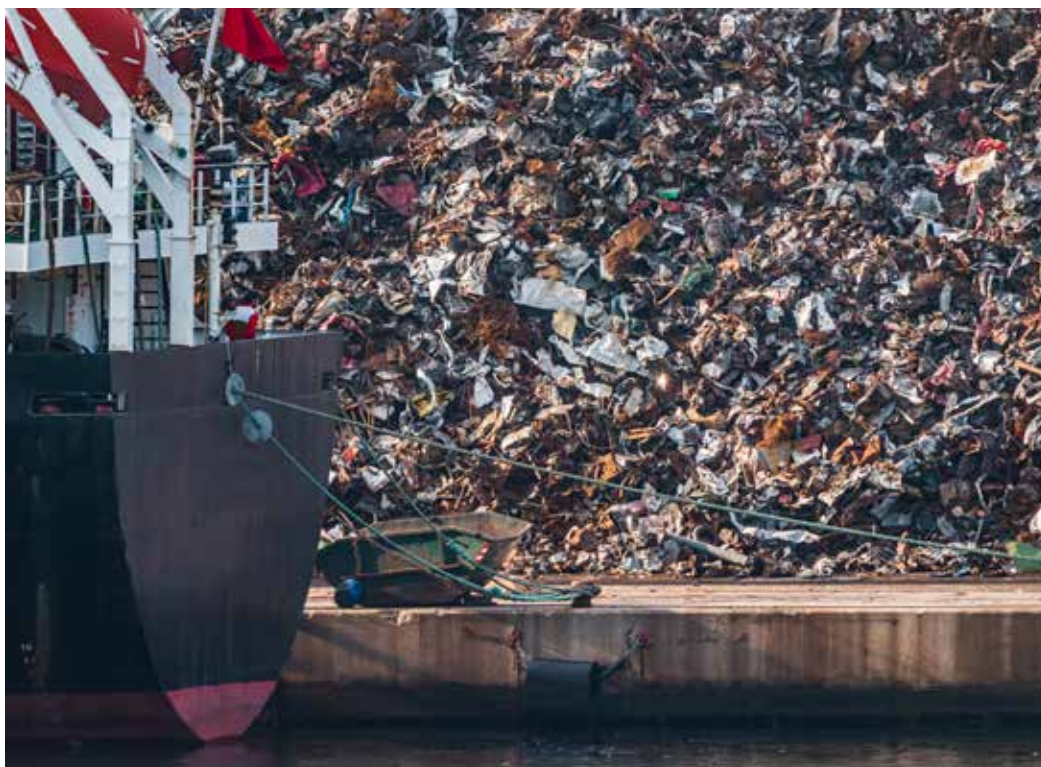
Infine, il modello economico circolare si chiude con la "promozione di stili di vita sostenibili", cioè la spinta ad adottare comportamenti virtuosi attraverso l'uso e la diffusione di strumenti a supporto della riduzione del consumo di energia e acqua, dei rifiuti e loro corretta gestione.

Le ultime analisi disponibili mostrano che l'approccio circolare può essere realmente profittevole per le imprese. In un tale sistema, infatti, i prodotti e le risorse vengono mantenuti in uso più a lungo attraverso il recupero, il riutilizzo, la riparazione, la rigenerazione e il riciclo. Vanno, inoltre, dedotti i costi corrispondenti alle esternalità ambientali negative, le quali vengono ridotte grazie alla circolarità. Altro aspetto da considerare è quello dell'innovazione: la progettazione per prodotti e per modelli di business circolari funge, infatti, da forte stimolo per l'innovazione da parte delle aziende.

A livello ambientale, il passaggio a un'economia circolare aumenterebbe la produttività e la qualità ambientale del suolo. La riattivazione dei cicli dei nutrienti biologici renderebbe maggiore la produttività del terreno, riducendo la dipendenza da sostanze artificiali tossiche. In aggiunta a ciò, si stanno studiando gli effetti di un modello industriale circolare sulla struttura e sulla vitalità del mercato del lavoro, che avrebbe, nel giusto contesto, la capacità di aumentare l'occupazione. I vantaggi non si limiterebbero quindi solamente alle aziende, ma potrebbero generare un impatto positivo sull'intero sistema economico, inclusi gli utenti finali.

Negli ultimi anni l'economia circolare sta ricevendo un'attenzione sempre maggiore in tutto il mondo, quale modo per superare l'attuale model-

lo di produzione e consumo basato sulla crescita continua e sull'aumento dello sfruttamento delle risorse. L'obiettivo finale è il disaccoppiamento tra pressione ambientale e crescita economica. Tuttavia, l'implementazione globale del modello rigenerativo sembra ancora nelle fasi iniziali, concentrandosi principalmente sul riciclaggio piuttosto che sul riutilizzo. Sarebbe necessario un cambio di approccio che consideri i principi "ridurre, riutilizzare e riciclare" indispensabili nella gestione del processo produttivo. Se le imprese utilizzassero un *modus operandi* incentrato su concetti come il mantenimento del valore del prodotto, il prolungamento del suo ciclo di vita e la resilienza, si avvicinerrebbero sempre più alla circolarità. In questo contesto, infatti, non sarebbe nemmeno necessario parlare di riduzione di rifiuti, in quanto dovrebbero essere pressoché inesistenti. Inoltre è evidente come la transizione verso l'economia del riciclo passi dal coinvolgimento di tutti gli attori della società e dalla loro capacità di collegare e creare opportuni modelli di collaborazione. Abbiamo in mano la chiave del futuro, bisogna cambiare punto di vista e prospettiva. A partire dalla dimensione economica, l'obiettivo non può più essere soltanto quello del profitto. La parola chiave è condivisione, che non può prescindere da un nuovo senso di responsabilità da parte di tutti. Oggi più che mai bisogna incidere e determinare il cambiamento. 



FFICIN
della
crittura
un segno



AURORA

lungo un secolo

Monica Nanetti

Dalla suoneria del cellulare partono le note dell'inno nazionale: a rispondere è Cesare Verona, presidente e amministratore delegato di Aurora, la celebre fabbrica di penne stilografiche e strumenti di scrittura; lo stesso inno di Mameli che si ascolta come musica di attesa del centralino della sede aziendale, a Torino, e che accompagna degnamente la bandiera tricolore esposta all'ingresso e sulle eleganti divise di tutti gli addetti alla produzione. L'orgoglio per la propria italianità, per la capacità di essere interpreti di un "Made in Italy" di assoluta eccellenza, emerge da subito tra le numerose caratteristiche che fanno di questa azienda una realtà tanto peculiare quanto ricca di fascino: Aurora è infatti oggi il solo marchio autenticamente italiano nel suo settore, con un unico stabilimento in cui vengono interamente realizzate tutte le fasi del processo produttivo.

Una realtà che ruota attorno alla figura di Cesare Verona, esponente della quarta generazione di una famiglia legata saldamente alla scrittura ma, soprattutto, imprenditore che con la sola presenza trasmette dinamismo, energia, determinazione e passione. Mentre risponde alle nostre domande, bevendo un caffè nell'elegante locale annesso allo stabilimento e aperto al pubblico, snocciola dati, rievoca memorie, racconta aneddoti, illustra strategie. E al tempo stesso, senza perdere il filo del discorso riesce comunque a rispondere alle domande dei collaboratori, a monitorare con occhio critico i lavori di allestimento per un evento privato nel grande e scenografico cortile, a gestire telefonate, a segnalare piccole increspature di un ambiente lavorativo pressoché impeccabile: come una lampadina che non funziona, o un monitor da resettare. Un'autentica forza della natura dai molteplici interessi e ambiti di azione. "La nostra è un'a-



Cesare Verona, presidente e amministratore delegato di Aurora, a destra insieme alle figlie





zienda che accoglie - spiega - e che è da un secolo 'nel cuore e nelle mani degli italiani' raccontando una storia di eccellenza. Aurora è cambiata molto negli ultimi 5/7 anni; in questo periodo abbiamo lavorato per costruire una squadra, dei rapporti, dei ruoli: qui è necessario saper fare tanto con la testa quanto con le mani, e le artigiane (la presenza femminile è circa dell'80%) e gli artigiani che lavorano per noi sono sia giovani che persone con esperienza, tutti accomunati dal piacere e dall'orgoglio per il proprio lavoro. In questi ultimi tempi abbiamo investito molto sulla fabbrica, digitalizzando i processi, ma al tempo stesso anche sulle persone, unendo la tecnologia e il fattore umano. Proveniamo da una cultura olivettiana, che punta a mettere le persone in grado di lavorare in modo eccellente: come Brunello Cucinelli, anche noi cerchiamo di realizzare nella nostra attività un 'nuovo umanesimo'".

È una storia, quella di Aurora, che parte da lontano e che ha visto il succedersi di vicende di ogni tipo. L'azienda nasce infatti esattamente un secolo fa, nel 1919; anche se la passione per la scrittura della famiglia Verona risale ancora più addietro, quando a fine '800 Cesare Verona Sr. - bisnonno dell'attuale proprietario - importò nel nostro Paese le prime macchine per scrivere, a marchio Remington. Gli affari di Aurora si svilupparono rapidamente fino a quando, nel 1943, la storica sede nel centro di Torino venne distrutta a causa dei bombardamenti.

Un momento difficile; ma già solo un anno dopo, nel 1944, Aurora si trasferì nella sua nuova sede alle porte di Torino: l'attuale struttura ricavata all'interno

di un'ex filanda settecentesca, a sua volta parte del complesso dell'Abbadia di Stura, risalente al 1146 e un tempo meta di pellegrini in cammino sulla Via Francigena.

Sono anni di crescita, di successi e di innovazioni, grazie a collaborazioni di eccellenza assoluta con grandi nomi del design italiano e scienziati di fama mondiale: nel 1947 Marcello Nizzoli crea il modello Aurora 88, un classico della scrittura che ha venduto oltre 8 milioni di pezzi ed è tutt'ora in produzione; nel 1954 nasce la Duo Cart, su disegno di Albe Steiner, la cui speciale doppia cartuccia di inchiostro viene ideata dal premio Nobel per la chimica Giulio Natta; lo stesso Albe Steiner poco tempo dopo realizza anche il modello 98, che riceve una menzione d'onore al Compasso d'Oro ed è esposta al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano. Si arriva così a un prodotto che segna un'innovazione anche nel marketing, e che è impresso nella memoria di tutti i "baby boomers" nati tra gli anni '50 e '60: la mitica Aurette, stilografica destinata al mondo della scuola, vera e propria icona per gli scolari dell'epoca. Nei periodi successivi il legame con il mondo del design prosegue e si rafforza: gli anni '70 sono quelli di Hastil e Thesi, progettate con il designer Marco Zanuso e considerate tra le più importanti testimonianze della creatività e del design italiano nel mondo, tanto da essere state le prime penne a essere esposte al MOMA (Museo di Arte Moderna) di New York nel padiglione dedicato al Design Italiano.

Negli anni '80 è la volta di Giorgetto Giugiaro, che nel 1986 disegna la Kona, ispirata alle colonne dori-

che, arrivando così alle più recenti collaborazioni con Giampiero Bodino che, tra il 1993 e il 2002, firma i modelli Ipsilon, Talentum e Leonardo Da Vinci.

Ma non è tutto rose e fiori: con il nuovo millennio le abitudini di scrittura si modificano, la crisi colpisce pesantemente e l'azienda si trova a far fronte a una situazione pesante. È qui che entra in gioco l'energia, la determinazione e la visione imprenditoriale di Cesare Verona: "C'era assolutamente bisogno di una ripartenza - racconta - e così sette anni fa, quando sono subentrato a mio padre nella conduzione dell'azienda, ho deciso di puntare a un rilancio; ho rilevato tutte le quote dal resto della mia famiglia, diventando socio unico, e sono intervenuto con una profonda, difficile ma necessaria ristrutturazione, che ci ha portato inizialmente a ridurre drasticamente il numero di addetti".

La cura d'urto, però, ha funzionato egregiamente: "Negli ultimi 5 anni - continua Verona - Aurora ha raddoppiato il proprio fatturato, con crescita 'a doppia cifra' negli ultimi tre anni, riportando nel frattempo il numero di dipendenti intorno a quota 60. Il tutto con uno spostamento sempre più marcato verso l'internazionalizzazione: grazie allo straordinario lavoro di Edolinda Di Fonzo, nostro direttore commerciale, siamo partiti da una quota di export pari al 3% del fatturato e siamo arrivati oggi a esportare oltre il 70% in più di 50 Paesi del mondo, in particolare Stati Uniti, Europa, Medio ed Estremo Oriente. Il nostro obiettivo? Raggiungere l'88% di vendite all'estero: un po' come il nome della penna che è tuttora il nostro maggiore successo, ma soprattutto perché questa cifra corrisponde alla presenza percentuale di export italiano nel mercato globale del lusso".

Il rinnovamento dell'azienda si è infatti basato anche su un profondo riposizionamento del prodot-

to, puntando alla fascia media e alta del mercato: "Quello dei Paesi Arabi è un mercato a parte, per il quale produciamo penne con pietre preziose che arrivano a costare anche 300.000 euro; e tra i nostri clienti annoveriamo vari 'high net worth individuals', personaggi - come ad esempio, di recente, il Re del Ghana - che cercano un prodotto assolutamente personalizzato". Gli obiettivi per i prossimi anni restano comunque ambiziosi: "Il futuro sarà più complesso. Per questo puntiamo a ri-raddoppiare il fatturato nei prossimi 5/6 anni, vogliamo aumentare la nostra presenza con boutique monomarca, proseguire l'espansione sui mercati esteri e incrementare le collaborazioni con altri brand del lusso". Il tutto, magari, contando sull'apporto delle nuove generazioni della famiglia Verona? "Le mie due figlie sono ancora molto giovani - è la risposta - ma ovviamente mi farebbe piacere se volessero entrare in azienda; anche perché si suole dire che se un'azienda familiare riesce ad arrivare alla quinta generazione, a quel punto diventa eterna, perché in periodo così lungo ha mostrato di saper superare tutte le possibili difficoltà. Per ora, comunque, è ancora presto: la maggiore ha 18 anni, è il momento di studiare, di viaggiare, di aprire la mente, di accumulare esperienze. Poi si vedrà".

La convivenza armoniosa tra lavorazione artigianale e strumenti tecnologici è evidente quando si attraversano i vari settori produttivi della fabbrica (che, in determinati giorni della settimana, è aperta anche al pubblico con visite guidate): nei 200 e più passaggi di lavorazione la componente manuale è sempre presente, nelle vesti di un operatore attento, concentrato e dalla finissima manualità. Un aspetto che ha il suo apice nella lavorazione del pennino, vero cuore della stilografica: Aurora è l'unica azienda in





Italia e tra le poche al mondo che realizza al proprio interno anche questo fondamentale componente, che richiede oltre 18 fasi ad altissimo tasso di specializzazione. Si scoprono così dettagli curiosi: il pennino in oro a 14 carati è il più funzionale ed è il favorito dai calligrafi, mentre i 18 carati sono giustificati solo dalla ricerca di un maggiore lusso (a questo proposito ogni pennino Aurora si fregia del punzone 5 TO, uno dei primissimi rilasciati a Torino e il più antico d'Italia in attività continuativa); per ogni persona esiste un pennino ideale, in funzione dell'inclinazione e dello spessore del tratto; sono oltre 20 i pennini diversi prodotti da Aurora, tra cui alcuni modelli per mancini, altri finissimi destinati al mercato orientale, altri ancora che riprendono la flessibilità dei pennelli calligrafici tipici della cultura asiatica.

Quello di cultura, del resto, è un concetto inevitabilmente legato a doppio filo a un'azienda che produce strumenti per lo scrivere. Ed è probabilmente questo l'elemento che ha portato, nel 2016, a un nuovo progetto del vulcanico Cesare Verona: la creazione di *Officina della Scrittura*, il primo museo al mondo interamente dedicato al Segno e alla Scrittura. Perché Verona, oltre che imprenditore innovativo, è anche un appassionato di storia del segno e uno tra i più noti collezionisti italiani di strumenti per la scrittura: *Officina della Scrittura*, quindi, non è affatto un museo aziendale, ma vive una intensa vita autonoma, all'interno degli oltre 2500 metri quadri frutto di un importante progetto di recupero e adattamento architettonico. Un luogo in cui viene raccontato, promosso e valorizzato tutto ciò che, in ogni ambito, è legato alla cultura della scrittura e più in generale al segno dell'uomo. Qui è possibile seguire un racconto che si dipana dalle origini del segno alla prima macchina per scrivere Remington; dal viaggio all'interno

della scrittura alla sezione dedicata alla storia delle penne stilografiche, con una selezione delle 13 penne iconiche del XX secolo, come la Waterman's 22 del 1896 e la Hastil Aurora del 1970.

Con la presenza, inoltre, di importanti mostre temporanee come quelle attualmente in programma. La prima, "Un tasto italiano", è dedicata alla storia delle macchine per scrivere Remington. La seconda, dal titolo "Aurora Eterna", è invece dedicata al centenario della società: "È la prima volta che ci guardiamo allo specchio così da vicino - spiega Verona - ma il centenario era un'occasione troppo importante, e quello che ne è nato è un percorso bello, ricco, che non parla solo di noi, ma di un pezzo importante di storia del nostro Paese".

Bilancio positivo, dunque, per i primi 100 anni di Aurora: "Un anno bellissimo - conferma Verona - ma anche, va detto, una fase in cui ci siamo presi un attimo di respiro dopo un quinquennio frenetico; ci siamo voluti premiare con una bellissima festa; abbiamo celebrato con la realizzazione della linea 'Cento % Italia' (10 penne iconiche della storia di Aurora, simbolo delle 10 decadi, rivisitate e realizzate ciascuna in soli 100 pezzi numerati sia per l'Italia che per l'estero, lanciate sul mercato a cadenza mensile); abbiamo inaugurato la nostra prima boutique monomarca in Italia, a Roma, al prestigioso indirizzo di via del Babuino 12. Insomma, siamo soddisfatti e possiamo guardare al futuro con ottimismo e un pizzico di sana pazzia; anche perché possiamo dire di aver visto già il peggio quanto a difficoltà: dalla crisi conseguente al crack Lehman Brothers al radicale mutamento dei mercati e dei canali distributivi. Siamo riusciti a emergere da tutto questo, e ce n'è a sufficienza per guardare al futuro con ragionato e ragionevole ottimismo".



VICENZA

Trissino e Palladio

14



**Affacciata
su Piazza
dei Signori,
la Basilica
Palladiana
è l'edificio
simbolo
di Vicenza**

Francesco Ronchi

Gian Giorgio Trissino nacque a Vicenza, nel palazzo di corso Fogazzaro (parrocchia S. Lorenzo) nel 1478. A nove anni perse il padre, Gaspare, il quale aveva proseguito, al servizio della Repubblica di Venezia, la tradizione militare peculiare del suo ramo di una famiglia d'antica nobiltà, con feudi in Val d'Agno.

La Serenissima all'epoca stava consolidando i domini in terraferma, ma continuava ad aver bisogno di validi amministratori per le isole greche suoi possedimenti; era quindi nell'ordine delle cose che il giovane conte si dedicasse allo studio di quella lingua. Nel 1492 si recò a Milano presso Demetrio Calcondia, già sodale di Marsilio. Gli studi umanistici e filologici proseguirono a Ferrara, dove Gian Giorgio seguì le lezioni di Niccolò da Lonigo, medico umani-

sta che aveva appreso il greco dal suo concittadino Ognibene, e che fu tra i primi a studiare la sifilide; il suo trattato sul "mal francese" venne stampato da Aldo Manuzio.

Nel casato dei Trissino, dove erano numerosi i rami collaterali intestatari di piccoli feudi, si dava grande importanza ai fidecommessi, in base ai quali per godere dell'eredità occorreva avere dei discendenti. Nel novembre 1494 Gian Giorgio si sposò con una cugina, Giovanna Trissino. Nacquero cinque figli, ma sopravvisse solo Giulio (1504–1576); l'anno seguente Gian Giorgio rimase vedovo.

Decise di riprendere gli studi umanistici, applicandosi al problema della trascrizione fonetica della lingua. La sorella Maddalena aveva sposato un nobile padovano, Antonio degli Obizzi; spulciando tra gli ar-

chivi di quella città, Gian Giorgio si imbatté nel testo latino *De Vulgari Eloquentia* di Dante: una scoperta che gli consentì di stringere nuovi legami con i maggiori eruditi italiani. In particolare a Firenze divenne intimo amico di Giovanni Rucellai, che insieme al fratello Palla fu a capo del partito mediceo negli anni della Repubblica.

È interessante notare che la solidarietà tra dotti da molti punti di vista superava la fedeltà alla “patria” o al “signore naturale”: il Trissino collaborò con i Rucellai e, in seguito, con i due papi medicei (Leone X e Clemente VII), ma anche con Giano Lascaris, nato a Bisanzio e passato prima al servizio di Lorenzo il Magnifico, poi della Francia (ambasciatore a Venezia dal 1504 al 1509) e infine di Leone X.

Gian Giorgio fu anche “collega” di Niccolò Machiavelli, la cui carriera dipendeva dalla sopravvivenza della Repubblica.

Nel 1509 un cugino di Gian Giorgio, Leonardo Trissino, organizzò un piccolo contingente militare e, approfittando della scarsità delle truppe veneziane rimaste di presidio in terraferma, partendo dal Trentino occupò nel nome dell'imperatore le città di Schio, Vicenza, Verona e Padova. Da lì venne scacciato il 16 luglio dall'energico Andrea Gritti, futuro doge, il quale aveva ottenuto sostegno dai contadini promettendo l'abolizione dei canoni feudali (gran parte dei nobili, infatti, aveva voltato le spalle a Venezia).

Gian Giorgio, di cui erano note le posizioni filo imperiali, dovette aprire un lungo contenzioso legale per tornare in possesso della principale fonte di reddito.

Massimiliano, presso cui si recò più volte in qualità d'ambasciatore del cardinale Giovanni Salviati,

braccio destro di Leone X, nel 1515 gli concesse di aggiungere al titolo comitale il Vello d'Oro, simbolo asburgico.

Nel luglio 1517 il nostro e Lascaris furono inviati in tutta fretta a Ostia, onde evitare uno scandalo: Giovanni Rucellai, deluso per la mancata nomina a cardinale, voleva lasciare l'Italia. Nel 1519 l'ascesa al trono imperiale di Carlo V, sovrano anche della Spagna (e relative colonie), ebbe importanti conseguenze politiche; negli anni seguenti Trissino si riconciliò con il governo veneto, che seppe valorizzare l'esperienza diplomatica, e riuscì a coltivare varie amicizie anche tra i francesi. Il suo punto di riferimento “professionale” rimanevano comunque i papi medicei e la famiglia. Nel marzo 1523 Gian Giorgio sposò Bianca Trissino, fresca vedova d'un altro Trissino, Alvise. L'unione sembrò funzionare: nel 1524 nacque Ciro. Poi però emersero questioni d'interesse: il primogenito Giulio, ecclesiastico, rifiutava l'idea di dover cedere titolo e patrimonio al fratellastro. Nel 1535 Bianca andò a vivere a Venezia, dove morì cinque anni dopo senza essersi riconciliata.

Nel gennaio 1524, a pochi mesi dall'elezione, Clemente VII aveva affidato la diocesi di Firenze al cardinale Niccolò Ridolfi, di cui Gian Giorgio divenne consigliere personale dopo la sua nomina ad amministratore apostolico della diocesi di Vicenza.

Nei primi anni '20 si stabilì a Roma anche Valerio Belli, orafo vicentino abile nel taglio delle pietre dure e dei cristalli: ebbe quale committente privilegiato il papa e strinse amicizia con Michelangelo e alcuni discepoli di Raffaello, tra cui il Parmigianino. A un casato avverso ai Medici, quello dei Colonna, si era





legato il prelado vicentino Girolamo Gualdo.

Nel febbraio 1530 Carlo V e Clemente VII scelsero Bologna per l'incoronazione imperiale. Nelle intenzioni dei protagonisti la cerimonia doveva sancire la chiusura definitiva del doloroso "strappo" originatosi con il Sacco di Roma del 1527. Il Trissino ebbe l'onore di reggere il manto del pontefice. Il cardinale Pompeo Colonna, già protagonista di quell'episodio, era stato inviato ad amministrare Napoli, quindi il Gualdo volle tornare a Vicenza, quale Canonico del Duomo, e trasformare la sua casa in un museo di disegni, medaglie e piccole sculture. Anche Belli sentì il richiamo della patria e riaprì la sua bottega in contrada di Santa Corona, vicino all'omonima chiesa dei domenicani; a convincerlo era stato il suo ex allievo Lodovico Chiericati, vescovo di Antivari, nominato dai veneziani "Primate di Serbia".

Entra in scena Andrea Palladio

Andrea della Gondola, giovane padovano di famiglia modesta, sul finire degli anni '30 si era fatto un nome nella bottega vicentina del capomastro e lapicida Giacomo da Porlezza. In quel periodo Gian Giorgio aveva ristrutturato la villa suburbana di Cricoli: vo-

leva una dimora amena ma anche prestigiosa, dove accogliere i letterati amici. Fu colpito dall'intuito del giovane capomastro, e decise di curarne l'iniziazione ai fondamenti dell'architettura.

Nel 1537 Sebastiano Serlio, architetto bolognese trapiantato a Roma (e a Venezia dopo il Sacco) pubblicò il primo dei sette libri teorico-storici, che ebbero un durevole influsso nella seconda metà del secolo.

Andrea accettò volentieri i consigli del Trissino, e anche il nome che aveva scelto per lui: Palladio, un angelo liberatore e vittorioso, personaggio del poema epico che da qualche anno Gian Giorgio andava componendo, l'Italia liberata dai Goti.

Il giovane nel 1540 firmò il suo primo progetto, un palazzo commissionato dai quattro fratelli Civena, i quali quindici anni dopo l'avrebbero venduto a Ciro Trissino. L'anno seguente Gian Giorgio lo volle compagno nel viaggio a Roma, dove era da poco tornato Valerio Belli quale coniatore per la zecca pontificia per Paolo III Farnese. Per i due anziani umanisti (e "cortigiani") quel soggiorno romano non fu particolarmente proficuo, tanto che Belli presto tornò a Vicenza, mentre Palladio ebbe l'occasione di confrontarsi con i canoni di Vitruvio e le opere di Michelangelo, Giulio Romano e Bramante.

La successiva tappa dell'ascesa di Palladio fu il restauro-rifacimento del gotico Palazzo della Ragione, l'edificio pubblico più importante di Vicenza. Egli riuscì a ottenere l'approvazione del progetto nel 1546, grazie al sostegno di Gian Giorgio e dell'amico Elio Belli, medico, figlio di Valerio.

Nei decenni seguenti Palladio si confermò fedele alla memoria di Gian Giorgio, morto a Roma nel 1550. Nel 1555 fu tra i fondatori dell'Accademia Olimpica, insieme ai migliori gentiluomini vicentini, e collaborò all'allestimento del Teatro Olimpico, l'ultima grande opera, iniziata pochi mesi prima della morte, nel 1580.

Il personale della filiale Banco Desio di Piazza Castello angolo Corso Andrea Palladio 18, a Vicenza

Bevagna

dove rivive il medioevo



17

Anita Armani

“**B**evagnizzazione, s. f. Il proporre come modello lo stile di vita elegante e al tempo stesso genuino, armonioso e sereno degli abitanti del comune umbro di Bevagna”. Questa la definizione fornita dal dizionario Treccani, che ufficializza un neologismo inventato nel 2004 dal sociologo e presidente del Censis Giuseppe De Rita. Un termine che ha regalato ulteriore notorietà al piccolo centro della provincia di Perugia, divenuto così involontariamente, anche da un punto di vista linguistico, un vero e proprio simbolo del vivere tranquillo, luogo ideale della semplicità della vita.

Una fama senza dubbio più che meritata; la bellezza e il fascino di questo borgo hanno radici antiche e una visita a Bevagna significa immergersi in un’atmosfera di altri tempi, con suggestioni medievali ancora presenti e vivissime. Non a caso, Bevagna è stata lo scenario perfetto di importanti film di ambientazione storica, a cominciare dal celeberrimo “Fratello sole, sorella luna” girato nel 1972 da Franco Zeffirelli, fino alla recente serie televisiva “Il nome della rosa” diretta da Giacomo Battiato, tratta dal romanzo di Umberto Eco e ambientata nel 1327.

Le origini di Bevagna risalgono a vari secoli prima della nascita di Cristo: capitale politica e religiosa del popolo degli Umbri, quella che era chiamata all’epoca Mevania si trovava al centro di un “sistema” di vie d’acqua e di terra, tra santuari grandi e piccoli, che ne facevano il perno anche commerciale di una vasta area circostante. Intorno al 220 a. C., la città entra in diretta comunicazione con Roma con l’apertura della via consolare Flaminia, (l’attuale corso Amendola-Matteotti), che ne costituisce il decumano maximo. Il cosiddetto “Trivio”, punto d’incontro tra il decumano e il cardo maximo (attuale direttrice via Crescimbeni-via S. Margherita) individua il foro della città romana, che dal 90 a.C. diviene municipium, ascritta alla tribù Aemilia.

Dal III sec. d.C. inizia un lungo periodo di decadenza. Entrata nell’orbita del Ducato Longobardo di Spoleto, dopo la conquista franca la città è dal 1187 libero Comune governato dai Consoli, e risente delle lotte tra Papato e Impero. Nel 1371 ha inizio la Signoria dei Trinci, che la governeranno fino al 1439. Dal 1554 al 1860 la città passa definitivamente sotto il dominio della Chiesa di Roma, e gli interventi di edilizia privata del XVII e XVIII secolo danno al borgo l’aspetto odierno. Nel 1825 Bevagna riceve da Leone

**Claudio Cecconi,
Podestà della
Associazione
Mercato
delle Gaitè,
durante
la manifestazione
dello scorso
giugno**



XII il titolo di città; poco dopo, nel 1832, viene danneggiata da un forte terremoto.

Si arriva così, dopo quasi due secoli di sostanziale stagnazione, ai giorni nostri: quando la città scopre una profonda vocazione turistica basata su una serie di indiscutibili e irripetibili elementi: l'atmosfera medievale pressoché intatta; l'eccellenza dell'offerta enogastronomica; il ricco contesto naturale e culturale in cui si trova immersa.

Uno sviluppo basato, oltre che sulla valorizzazione di palazzi e monumenti storici del borgo (a partire dalle bellissime mura medievali che circondano la città, scandite da torri), soprattutto sulla creazione di eventi capaci di mettere in luce le tradizioni, le radici storiche e le peculiarità di questo luogo: un'approccio che trova la sua massima espressione nel Mercato delle Gaitè, di cui si è celebrata proprio quest'anno la trentesima edizione.

È nel 1979, infatti, che si svolge per la prima volta a Bevagna la "Sagra della Porchetta": una festa popolare come tante, che, all'epoca, non lasciava presagire lo sviluppo e il prestigio che la manifestazione era destinata ad assumere con il trascorrere del tempo. Un percorso che ha portato oggi la manifestazione - trasformatasi nel 1984 in "Mercato delle Gaitè" - a qualificarsi come la rievocazione storica che ricrea nel modo più preciso e scrupoloso una serie di spaccati di vita quotidiana tra il 1250 e il 1350, collaborando con storici e ricercatori, ricevendo numerosi riconoscimenti dal mondo accademico per l'accuratezza delle ricostruzioni e ponendosi come punto di riferimento (come citato anche dall'autorevole Festival del

Medioevo di Gubbio) per analoghe manifestazioni in altre parti d'Italia. "Lo scorso anno - racconta Claudio Cecconi, Podestà dell'Associazione Mercato delle Gaitè - il nostro progetto si è classificato al 25 posto su 170 nella graduatoria del MiBAC (il Ministero per i Beni e le Attività Culturali): un risultato che ci fa molto onore, soprattutto considerato quanto Bevagna è una piccolissima realtà rispetto al territorio nazionale".

Ma come si è arrivati a questa riproduzione pressoché perfetta della vita quotidiana di un passato così lontano? "Il lavoro di ricostruzione - spiega ancora Cecconi - è stato svolto partendo dall'antico Statuto Comunale, datato 1500 ma composto in epoca precedente: a tal scopo, fin dal 1983, un gruppo di studiosi esamina accuratamente questo documento, da cui sono tratte le informazioni necessarie alla ricostruzione storica della vita politica, amministrativa, economica e sociale. Da qui è partito un complesso di attività sviluppate interamente al nostro interno: inclusi, tra l'altro, la sartoria per la realizzazione dei costumi e il gruppo di musicisti, nato una ventina di anni fa e cresciuto al nostro interno sia per quanto riguarda gli strumenti che per il repertorio e l'esecuzione".


La rievocazione si svolge ogni anno nell'ultima decade di giugno e vive il suo momento più significativo nei giorni del Mercato, che si sviluppa all'interno delle quattro "Gaitè"; termine, quest'ultimo, che indica i quattro quartieri in cui - secondo i documenti storici - era suddiviso in epoca medievale il territorio di Bevagna e su cui era basata l'organizzazione amministrativa della città: San Giorgio, San Giovanni,



Santa Maria e San Pietro. Durante queste giornate è quindi possibile compiere uno straordinario tuffo in un remoto passato: le antiche botteghe dei mestieri medievali riaprono i loro battenti e riprendono le attività; le strade si popolano di cittadini che in abiti d'epoca vivono la quotidianità dei loro avi mangiando, lavorando, giocando proprio come loro. Durante i giorni della manifestazione, ogni Gaita rivaleggia con le altre partecipando a quattro gare: Gara dei Mestieri, Gara Gastronomica, Gara del Mercato e Gara di tiro con l'arco. Con un complesso sistema a punti, assegnati da studiosi ed esperti nei diversi campi chiamati a giudicare l'attinenza storica delle ricostruzioni, l'ultimo giorno della manifestazione si decreta il vincitore, che riceve in dono il Palio della Vittoria. "La competizione - racconta Cecconi - è acerrima; i rappresentanti delle diverse Gaita partecipano con passione e, alle volte, nascono accese discussioni e contese che vengono gestite da esperti di diritto medievale. Anche questo aspetto, del resto, è un nostro orgoglio e al tempo stesso uno dei motivi del successo della manifestazione: il profondo e sincero coinvolgimento di tutti gli abitanti, inclusi i più giovani che svolgono un ruolo fondamentale nel mantenere viva questa tradizione. Ogni anno partecipano oltre 200 figuranti, tutti volontari: e ai bevanati si aggiungono una quantità di turisti innamorati della nostra manifestazione, che tornano anno dopo anno un po' da tutto il mondo, per il piacere di prenderne parte".

Nato per passione e per amore nei confronti della propria storia e delle proprie radici, il Mercato delle Gaita si è in effetti rivelato uno straordinario stimolo

allo sviluppo turistico della località, che ha il suo picco nelle giornate della festa, ma si estende anche in altri periodi dell'anno: "Solo vent'anni fa - ricorda Cecconi - nell'intera Bevagna erano disponibili non più di 80/90 posti letto, con due o tre piccole attività di ristorazione; ora il paese offre circa 1100 posti letto e 36 esercizi di ristorazione (ristoranti, pizzerie, bar, enoteche), cui si aggiungono 13 cantine enologiche. Nel 2018, il numero di clienti italiani e stranieri ospitati nelle strutture ricettive del territorio comunale è stato di quasi 16.000, per un totale di 48.000 notti trascorse a Bevagna".

Dal medioevo, insomma, arriva una preziosa eredità: quella di una straordinaria rievocazione storica, che è stata capace di trasformare una sonnacchiosa cittadina di provincia in un centro di attrazione per turisti, appassionati e studiosi provenienti da tutto il mondo. 



Uno scorcio esterno e il personale della filiale Banca Popolare di Spoleto di Corso Matteotti 36/38 a Bevagna (PG)

La terra del Sagrantino

20

Luisa Ferrari

Una delle vedute che si ammirano dalla "Ringhiera dell'Umbria" e uno scorcio della Piazza del Comune, dove si trova la sede del Consorzio Tutela Vini Montefalco

Montefalco è un paese nel cuore dell'Umbria (in altri termini, nel cuore del cuore dell'Italia), il cui nome evoca orizzonti aperti, dove lo sguardo può spaziare su ampi e verdissimi scenari. E in effetti, è proprio così: questo comune di poco meno di 6000 abitanti, in provincia di Perugia, si trova sulla cima di una collina che domina la pianura dei fiumi Topino e Clitunno. Una posizione che offre uno straordinario panorama a 360 gradi e che da secoli gli ha fatto guadagnare l'appellativo di "Ringhiera dell'Umbria". I suggestivi vicoli del centro medievale, l'ampia Piazza del Comune con il duecentesco Palazzo Comunale, la cinta muraria, il Complesso museale di San Francesco (risalente al 1300) in cui si conserva un importante ciclo di affreschi di Benozzo Gozzoli e una Natività del Perugino: tutti questi elementi hanno contribuito a far entrare Montefalco nel ristretto club dei "Borghi più belli d'Italia" e a essere nominato dal FAI, nel 2007, come "città ideale d'Italia".

Ma non sono solo questi i meriti che la cittadina umbra può vantare: a rendere celebre il nome di Montefalco in Italia e nel resto del mondo è soprattutto la sua produzione vinicola, che ha nel Sagrantino il suo più noto esponente. Un'eccellenza sostenuta e promossa da un'apposita organizzazione, il Consorzio



Tutela Vini Montefalco, nata nel 1981 (e "rifondata" nel 2001 per adeguamento alle normative) che - in coordinamento con i produttori locali - si occupa di garantire gli elevati standard produttivi e di promuovere i vini del territorio in ambito nazionale e internazionale.

La storia di questo grande vino D.O.C.G. (la cui area di produzione è limitata al territorio collinare di Montefalco e a parte dei comuni di Bevagna, Castel Ritaldi, Giano dell'Umbria e Gualdo Cattaneo) risale a tempi antichi. Già nel 1088 si scriveva di terre piantate a vigna in queste zone, mentre risalgono al Duecento numerosi documenti che testimoniano una cura costante per la viticoltura: attività che si sviluppava perfino nel centro urbano e negli orti, dando così vita a uno straordinario circuito di viti storiche ancora oggi osservabile nei giardini di alcune case del centro di Montefalco. Il nome Sagrantino sembrerebbe riconducibile ai Sacramenti (dal latino "sacer" - sacro) in quanto l'uva era coltivata dai frati che ne ricavano un passito destinato ai riti religiosi: tanto è vero che alcune antiche cantine francescane conservano ancora le vasche per la raccolta e la pigiatura delle uve e per contenere il vino. E anche la tutela di questo prodotto inizia in anni remoti: dalla prima metà del Trecento compaiono a questo fine interi capitoli e rubriche di statuti comunali, e nel 1622 il cardinale Boncompagni, legato di Perugia, inasprì

le sanzioni stabilite dal Comune fino a prevedere "la pena della forca se alcuna persona tagliasse la vite d'uva". Una storia che prosegue in anni più recenti (nel 1925, alla Mostra Enologica dell'Umbria, Montefalco venne definito il centro vinicolo più importante della regione) fino ad arrivare ai giorni nostri, che vedono il Montefalco Sagrantino D.O.C.G. ricevere i più importanti riconoscimenti ufficiali, nonché la riscoperta e lo sviluppo di altre apprezzatissime varietà autoctone legate tanto ai vini rossi quanto ai bianchi.

Racconta Filippo Antonelli, presidente del Consorzio e titolare di una storica azienda vitivinicola della zona: "Il punto di partenza del nostro percorso risale esattamente a 40 anni fa, nel 1979, quando il Montefalco Sagrantino ha ottenuto il riconoscimento della D.O.C. (seguito poi, nel 1992, dalla D.O.C.G.). Questo ha portato verso la metà degli anni 90 a un'accelerazione della nostra attività, grazie anche all'iniziativa di alcune cantine particolarmente dinamiche e attente alla comunicazione; e ha avuto come conseguenza l'arrivo di aziende di altri territori, che hanno investito nell'acquisto di terreni: la trentina Lunelli (con il celebre "carapace" disegnato da Arnaldo Pomodoro), la friulana Livon, la toscana Cecchi, la Lungarotti di Torgiano, solo per citarne alcune.

Un processo che, dopo la crisi del 2007/2008, ha portato ad anni complessi di assestamento, da cui il Sagrantino ha saputo uscire positivamente soprattutto in forza di due elementi: il primo, il fatto di essere una sorta di portabandiera, il caso emblematico di un vitigno autoctono, mai uscito da Montefalco, che ha rappresentato una sorta di riscossa del territorio; il secondo, il fatto che all'epoca il mercato apprezzava soprattutto vini potenti, e l'immagine del Sagrantino era presso il pubblico quella di un vino molto impegnativo.

Successivamente sono arrivati anni in cui la potenza del vino era meno richiesta sul mercato, e questo ha ridotto le occasioni di consumo, in particolare in Italia. Così, oggi una parte importante del nostro lavoro è quella di comunicare il Sagrantino per quello che effettivamente è: non solo forza, ma anche e soprattutto eleganza.

I nostri vini di oggi sono di fatto molto diversi da quelli di una ventina di anni fa, e non è solo una questione di gradazione, ma anche di struttura; le vigne sono più mature e i produttori hanno acquisito una maggiore consapevolezza nella raccolta e nella vinificazione soprattutto laddove, precedentemente, c'era una scarsa esperienza nel lavorare il Sagrantino in purezza. Lo scopo della nostra comunicazione, insomma, è quello di portare a una rivisitazione dell'immagine del Sagrantino.




Ma non solo: abbiamo anche l'obiettivo di comunicare che il Montefalco Sagrantino, per quanto maggiormente conosciuto, non è l'unico vino del territorio di Montefalco: una parte importante del nostro prodotto (Montefalco Rosso DOC e Montefalco Rosso Riserva DOC) è a base Sangiovese, con una percentuale di Sagrantino dal 10 al 25%. In più, abbiamo la fortuna piuttosto rara di trovarci con due vitigni a bacca bianca autoctoni: il Grechetto (più fresco e floreale, base per il Montefalco Grechetto DOC), e il Trebbiano Spoletino (una varietà storica della zona, che era sparita dal territorio e su cui si basa il nostro Montefalco Bianco DOC).

Parlando di numeri - spiega ancora Antonelli - il nostro Consorzio rappresenta circa 70 cantine, per le quali possiamo stimare circa 700 ettari di Sagrantino, 600 di Montefalco Rosso e circa un centinaio di Grechetto, per un totale di 1.300.000 bottiglie di Sagrantino, 2.500.000 di Montefalco Rosso e 200.000 di Grechetto. In questo scenario, lo sforzo - tanto dei produttori quanto del Consorzio - è quello di sostenere e incrementare la crescita. In Umbria i nostri vini sono già molto presenti, e si avvalgono di un costante aumento delle presenze turistiche: basti pensare che proprio qui a Montefalco la nostra chiesa-museo di San Francesco (presso cui vengono organizzati eventi e iniziative, spesso sostenuti direttamente dal Consorzio) stacca circa 20.000 biglietti all'anno, qualificandosi così come il terzo museo più visitato di tutta l'Um-



bria. Diverso, invece, il discorso per il resto d'Italia, dove le scelte riguardanti il bere si orientano soprattutto su base regionale, e dove quindi il lavoro diventa più complesso. Quello a cui puntiamo, di fatto, è in particolare ai mercati esteri: non solo con iniziative commerciali specifiche (come la partecipazione a fiere ed eventi di settore), ma focalizzandoci su un discorso più ampio, capace di promuovere l'intero territorio. Perché posso anche essere la migliore etichetta del mondo, ma se non sono in grado di comunicare correttamente i 'brand' Umbria e Montefalco, non ho molte possibilità di andare lontano...".

Vino e territorio, insomma, confermano un legame sempre più stretto e intenso, con la promozione dell'uno che va a braccetto con lo sviluppo dell'altro. E, da questo punto di vista, non c'è dubbio che la "materia prima" per attrarre e coinvolgere turisti non manchi affatto.

La stessa posizione di Montefalco, al centro della regione, rende facilmente raggiungibili tutte le città dell'Umbria più belle e più ricche di attrattive culturali, storiche, artistiche, naturalistiche. Itinerari spesso raggiungibili anche in bicicletta o con le sempre più diffuse e-bike, con una rete di strutture di accoglienza che si raccoglie intorno al progetto "Strada del Sagrantino" (www.stradadelsagrantino.it) e che comprende agriturismi, hotel, bed&breakfast e ristoranti insieme a cantine, produttori di olio e altre aziende artigiane tipiche; feste, eventi dedicati al vino, degustazioni guidate (spesso organizzate nella suggestiva sede del Consorzio, in un antico palazzo affacciato sulla Piazza del Comune) arricchiscono ulteriormente la gamma di iniziative rivolta al pubblico. Una formula ideale per valorizzare al meglio un territorio capace di incantare, in tutti i sensi. 

In alto: Filippo Antonelli, presidente del Consorzio Tutela Vini Montefalco. A lato: l'interno del Complesso museale di San Francesco, con gli affreschi di Benozzo Gozzoli



Palio degli Zoccoli *tradizione desiana*

G. Brugora

Da sempre Banco Desio è il principale sponsor del Palio degli Zoccoli, la rievocazione storica della battaglia di Desio del 1277, che decretò con la vittoria dei Visconti sui Torriani, il definitivo avvio di quello che poi sarebbe diventato il Ducato di Milano, con alla sua guida la signoria viscontea.


La manifestazione è giunta alla sua XXXI edizione: si tiene a Desio dal 1989, si svolge di solito la prima domenica di giugno e vi partecipano le 11 contrade che prendono ispirazione dalle corporazioni che esistevano all'epoca nel borgo di Desio.

Il corteo con i figuranti in abiti storici percorre le strade cittadine; al termine si svolge la corsa a staffetta, in cui due "contradaioi" per ogni squadra si sfidano a correre un giro ciascuno intorno alla piazza e alla Basilica con gli zoccoli calzati sui piedi nudi. Una corsa dove la strada per la gloria passa per grandi dolori...

Gli zoccoli ricordano la concessione che, secondo la tradizione locale, i Visconti fecero agli abitanti del borgo, subito dopo la vittoria ottenuta con l'apporto decisivo dei desiani. La tradizione locale vuole infatti che il governo dei Torriani proibisse l'uso degli zoccoli, per il rumore delle suole che faceva fuggire la selvag-



gina dai boschi circostanti, dichiarati riserva di caccia per i passatempo degli uomini di governo; i Visconti liberatori invece avrebbero ripristinato le antiche libertà, consentendone l'uso.

L'edizione 2019 del Palio è stata vinta dalla contrada della Dügana, sulle gambe di Lorenzo La Porta e Luca Ferrara. Sul sagrato i vincitori hanno ricevuto il gonfalone e le coppe alla presenza del Prevosto Mons. Gianni Cesena, del Sindaco Roberto Corti e dell'Ing. Agostino Gavazzi in rappresentanza del Gruppo Banco Desio. 

23

Pioggia di premi al Factor Bank Award

Si è svolta a Milano, presso la sede di Banca Sistema, la premiazione dei vincitori del concorso a premi Factor Bank Award, indetto dal partner Banca Sistema (specializzata nel factoring verso la Pubblica Amministrazione). Si tratta del primo contest dedicato ai gestori Corporate, che ha visto il coinvolgimento delle due squadre delle banche reti (22 Corporate Banco Desio e 18 Corporate Banca Popolare Spoleto): un notevole successo del Gruppo, con ben sei colleghi (quattro di Banco Desio e due di Banca Popolare Spoleto) che si sono aggiudicati il prestigioso riconoscimento.



SPOLETO

e il suo Festival



Il manifesto della 62ª edizione è di David LaChapelle, fotografo americano apprezzato in tutto il mondo per il suo inconfondibile stile

24

————— Luisa Ferrari —————

Si sono da poco spenti gli echi degli applausi dell'ultima edizione, svoltasi dal 28 giugno al 14 luglio, e già al Festival di Spoleto - meglio noto con il suo "storico" nome di Festival dei 2Mondi - si incomincia a pensare al futuro. Perché questa straordinaria manifestazione conferma anno dopo anno la sua vitalità e la sua capacità di innovare, sperimentare, scoprire e far scoprire al pubblico le più interessanti tendenze nel mondo della cultura e dello spettacolo.

Un'approccio che caratterizza il Festival fin dalla sua nascita, nell'ormai lontano 1958, quando il celebre compositore Giancarlo Menotti scelse proprio Spoleto quale luogo ideale per creare una manifestazione che celebrasse l'arte in tutte le sue forme. Un concept che rese ben presto il Festival l'appunta-

mento per eccellenza con il fermento culturale al di qua e al di là dell'oceano, e che portò a Spoleto i più grandi protagonisti del cinema e della scena teatrale, celebri danzatori e coreografi, poeti, drammaturghi, scrittori.

Anche nel periodo più recente, il Festival è cresciuto progressivamente: da undici anni sotto la guida del regista Giorgio Ferrara, ha saputo conservare e sviluppare il suo carattere originale e il suo prestigio internazionale quale storico luogo d'incontro tra culture diverse, dove ogni estate da ogni parte del mondo si danno appuntamento le grandi arti della scena: Opera, Musica, Danza, Teatro. Il programma della scorsa stagione è stato inaugurato da una nuova produzione, *Proserpine* (opera lirica in due atti tratta dall'omonimo poema drammatico di Mary Shelley e diretta dallo stesso Giorgio Ferrara), e si è chiuso con il tradizionale Concerto finale a Piazza Duomo

dell'Orchestra e Coro del Teatro dell'Opera di Roma. Nel mezzo, un ricchissimo cartellone di eventi di tutti i tipi: danza (rappresentata dal Dutch National Ballet con uno spettacolo omaggio al coreografo Hans Van Manen, e dai ballerini-allievi della Ecole-Atelier Rudra Bejart di Losanna fondata da Maurice Béjar); teatro (con nomi prestigiosi come quelli di Adriana Asti, Marisa Berenson, Lucinda Childs, Emma Dante, Eva Riccobono, Andrée Ruth Shammah); musical (con lo strabiliante Fashion Freak Show di Jean Paul Gaultier, interpretato da un folto cast di attori, ballerini, cantanti e artisti circensi, che racconta cinquant'anni di cultura pop attraverso lo sguardo unico ed eccentrico dell'enfant terrible della moda); musica (con un ricco appuntamento di concerti e con le esibizioni di Stefano Bollani insieme a Hamilton De Holanda e del cantautore Vinicio Capossela), ma anche interessanti progetti interdisciplinari (come il programma speciale realizzato in collaborazione con il Festival Bauhaus100 e l'Akademie der Künste di Berlino) ed eventi culturali con importanti giornalisti, con le performance di Corrado Augias e Paolo Mieli.

Anche la più recente edizione, la numero 62, ha avuto come di consueto il sostegno di Banca Popolare di Spoleto; la banca - entrata nel 2014 a far parte

di Gruppo Banco Desio - conferma così la propria volontà di collaborare con altre importanti strutture e istituzioni locali per portare l'attenzione del mondo sulle risorse e le eccellenze del territorio, per sostenerle e rilanciarle.

Del resto la banca, come istituzione, è nata storicamente proprio per soddisfare le esigenze degli uomini e ha dato vita alla struttura finanziaria che ancora oggi regola le grandi nazioni: un'idea che ha rivoluzionato il mondo, e non solo da un punto di vista economico-finanziario; ed è oggi necessario tornare alle radici e, nel rispetto di queste, creare spazio e occasioni per idee nuove e sperimentazioni proficue.

Per questo motivo, la partecipazione di Banca Popolare di Spoleto al Festival ha un significato assai più vasto di una semplice "sponsorizzazione", ma nasce piuttosto dalla considerazione di quanto il Festival dei 2Mondi sia a tutti gli effetti una fonte inesauribile di nuovi talenti, di nuove idee, di spunti creativi e di riflessione: un incubatore dove le sperimentazioni trovano spazio e da cui possono andare lontano.



La casa dei profumi

Tra le sorprese e i tesori nascosti che una città come Spoleto può regalare al visitatore c'è anche un negozio che rappresenta una vera e propria gloria locale, e che per le sue caratteristiche e per il trascinate entusiasmo della proprietaria merita senza dubbio una visita. Trovarlo è facile: basta percorrere il centralissimo corso Mazzini e lasciarsi guidare dall'olfatto. Il nome "Profumeria Mariangela" è decisamente riduttivo per questo negozio-bomboniera dove, in due stanze colme fino al soffitto di eleganti flaconi, si tiene viva una vera e propria arte del profumo. Ad animare questo luogo è la sua creatrice, la vulcanica Mariangela Romoli, classe 1937: un'autorità assoluta per tutto ciò che riguarda il mondo delle fragranze, la loro storia, il loro significato. E, soprattutto, un'esperta dalla cultura enciclopedica di tutte le più prestigiose case produttrici di profumi.

"La mia scelta è stata quella di escludere i prodotti da grande distribuzione: tutti i profumi che propongo sono frutto di un'attenta ricerca, di uno studio coltivato negli anni, di una conoscenza degli elementi di base da cui le diverse fragranze vengono realizzate. Scelgo solo cose che mi fanno sognare, e per questo non mi considero una vera e propria commerciante: il mio motto è 'raccontati con un profumo', e per scegliere quello più adatto alla propria personalità e al proprio stato d'animo, è necessario conoscere a fondo quello che si indosserà; un profumo deve essere raccontato, provato con calma, confrontato e sperimentato sulla propria pelle".

All'interno del negozio si possono così trovare le marche più rare ed esclusive provenienti da tutto il mondo, ognuna accompagnata da una storia, una descrizione, un commento da parte di Mariangela: Amouage ("nobilissime essenze orientali lavorate in Oman da maestri francesi", Heeley Parfum ("ti fa entrare in una cattedrale gotica di cui senti la bellezza e la mistica"), Serge Lutens ("un nomade che realizza incredibili essenze aromatiche") e mille altri nomi, spesso sconosciuti ai più. Un mondo tutto da scoprire, che vanta clienti famosi e appassionati provenienti da tutta Italia per affidarsi alla sapiente consulenza di una vera esperta, animata da una instinguibile passione.

All'interno del negozio si possono così trovare le marche più rare ed esclusive provenienti da tutto il mondo, ognuna accompagnata da una storia, una descrizione, un commento da parte di Mariangela: Amouage ("nobilissime essenze orientali lavorate in Oman da maestri francesi", Heeley Parfum ("ti fa entrare in una cattedrale gotica di cui senti la bellezza e la mistica"), Serge Lutens ("un nomade che realizza incredibili essenze aromatiche") e mille altri nomi, spesso sconosciuti ai più. Un mondo tutto da scoprire, che vanta clienti famosi e appassionati provenienti da tutta Italia per affidarsi alla sapiente consulenza di una vera esperta, animata da una instinguibile passione.



26

Concetti che sono stati ribaditi anche dall'avvocato Stefano Lado, presidente del Gruppo Banco Desio, all'interno del suggestivo filmato prodotto per l'occasione dal gruppo bancario: a commento delle immagini girate durante il Festival (disponibili on line all'interno del canale Youtube di Gruppo Banco Desio), il presidente ha preso spunto dall'anniversario dei 110 anni dalla nascita di Banco Desio per sottolineare lo spirito di "banca territoriale" che permea l'intero Gruppo: "Il fatto di essere qui dopo 110 anni ci dà soddisfazione, ma dobbiamo guardare avanti... senza dubbio la cultura è importantissima e credo che al giorno d'oggi vada riscoperta: soprattutto in un territorio come questo, dove la cultura e l'agricoltura la fanno un po' da padroni. Il festival ha portato 130.000 persone in una città come Spoleto, un dato effettivamente rilevante; crescere insieme vuol dire fare un percorso insieme, mantenendo comunque le caratteristiche di origine della nostra banca. Cerchiamo di dare il buon esempio, e credo che sia

questo ciò che ci ha permesso di rimanere ancora oggi sul mercato, dopo oltre un secolo".

L'appuntamento con la prossima edizione del festival è dal 26 giugno 12 luglio 2020; anche se questo non significa che si debba attendere fino ad allora per visitare quella che - anche senza il richiamo dei grandi palcoscenici teatrali - è una delle più belle e affascinanti città d'Italia. A partire dalla scenografica Piazza del Duomo, con la sua discesa che conduce alla Cattedrale di Santa Maria Assunta, per continuare con il panorama della imponente Rocca Albornoziana e dell'inconfondibile Ponte delle Torri immerso nel verde che circonda l'intera città, fino a testimonianze di tempi ancor più antichi come il Teatro Romano e l'adiacente Museo Archeologico Statale. Ma l'affascinante realtà di Spoleto non si limita ai numerosi monumenti che compaiono sulle guide e sui testi di storia dell'arte: la città va apprezzata e assaporata visitando con calma le tranquille vie del centro storico, su cui si affacciano negozi e botteghe artigiane; sperimentando i ristoranti tipici e i bar dove gustare le molte prelibatezze locali; ammirando l'eleganza dei palazzi nobiliari. Primo tra tutti Palazzo Piaciani, nell'omonima piazza: la dimora d'epoca più estesa per superficie del centro storico di Spoleto, che fu costruita dalla famiglia Piaciani tra il XVII e il XVIII secolo inglobando un nucleo di antiche abitazioni e di case torri risalenti al medioevo (le quali, a loro volta, avevano le fondamenta su più remoti insediamenti del periodo longobardo e romano) e che è ora sede della Banca Popolare di Spoleto, riportata a nuovo splendore dopo un importante lavoro di restauro iniziato nel 2005 e terminato nel 2010.

E se camminando per la città ci si ritrova a vivere una inconsueta sensazione di "déjà-vu", è del tutto normale e spiegabile: l'intero centro urbano, infatti, è ormai da quasi vent'anni l'ambientazione principale della celebre fiction televisiva "Don Matteo", che





Alcune immagini dell'ultima edizione del Festival dei 2Mondi. Al centro, il Ponte delle Torri, uno dei simboli della città. A sinistra La Rocca Albornoziana e piazza Pianciani



ha come protagonista il prete-detective interpretato da Terence Hill. Tanto che non è inconsueto imbattersi in troupe intente a girare nuove puntate della serie, come pure in gruppi di "cineuristi" alla ricerca degli scenari visti sul piccolo schermo: la canonica, la caserma dei Carabinieri e il parlatorio (situati in realtà presso il Duomo), la chiesa di Don Matteo (che è di fatto la Basilica di Sant'Eufemia, all'interno del cortile della residenza arcivescovile), la strada dove Don Matteo è solito passeggiare (Corso Garibaldi) e

molti altri scorci caratteristici.

Fra tradizione e modernità, scenari bucolici e atmosfere operose, Spoleto continua a rappresentare un punto di riferimento da molteplici punti di vista: storico, sociale, economico, culturale.

Confermando così la validità e la lungimiranza della scelta con cui, più di sessant'anni fa, l'inventore del Festival Giancarlo Menotti la pose per la prima volta alla ribalta del mondo internazionale delle arti e dello spettacolo.

Cronisti in classe

Il 5 giugno si è svolta a Palazzo Lombardia la cerimonia di premiazione di "Cronisti in Classe", il campionato di giornalismo giunto alla sua XIII edizione, promosso dal quotidiano "Il Giorno" con il Patrocinio di Regione Lombardia e il contributo di Banco Desio insieme ad altri promotori. L'edizione 2018/2019 è stata un vero successo, con la partecipazione di 180 scuole della Lombardia. L'obiettivo della manifestazione è avvicinare le



nuove generazioni alla lettura del quotidiano attraverso una competizione stimolante che coinvolge le scuole lombarde, con l'intenzione di favorire la conoscenza dei temi di attualità del territorio, delle realtà cittadine, dello sport, dell'energia e della scuola.

Alcuni articoli realizzati in classe dai ragazzi sono stati pubblicati settimanalmente sul quotidiano Il Giorno nel periodo tra gennaio e maggio. Ogni classe iscritta al campionato di giornalismo ha inoltre la possibilità di effettuare una visita alla redazione del quotidiano Il Giorno, toccando con mano come si "fa" un giornale.

Durante la giornata conclusiva, con la platea gremita dalle nutrite delegazioni delle quattordici scuole primarie e secondarie di primo grado della Lombardia, le insegnanti e gli scolari di volta in volta sono stati chiamati a ritirare i premi consegnati dall'Assessore Regionale all'Istruzione, Formazione e Lavoro Melania Rizzoli, dal Direttore del Il Giorno Sandro Neri, e dagli sponsor fra cui il Gruppo Banco Desio.

G.Brugora

Un riparo per le difficoltà della vita

L'Associazione La Tenda odv sostiene madri in difficoltà e promuove il progetto Gli Sgusciati, dedicato ai ragazzi autistici

Andrea Pizzi

Cinzia è una giovane mamma, moglie esemplare e operosa infermiera. È il 2000 quando un brutto male, di quelli che non perdonano, se la porta via, a 32 anni. Lascia un vuoto, non solo nella propria famiglia, ma anche nella comunità parrocchiale dove era impegnata, a San Carlo di Novate Milanese, alle porte della metropoli meneghina. Altre giovani famiglie non si accontentano però di una dolorosa scrollata di spalle; non sembra loro possibile che possa finire tutto così, si confrontano e decidono che occorre fare qualcosa per ricordarla. Qualcosa di concreto, di tangibile: non bastano le parole, le riflessioni, il ritrovarsi. Servono fatti. Nasce così l'Associazione La Tenda onlus (oggi trasformata in odv, organizzazione di volontariato, a seguito di recenti adeguamenti normativi): "La vicenda di Cinzia – dice Cristina Iannantuoni, presidente dell'associazione – ci ha indicato il come e il dove del nostro impegno. Abbiamo capito che l'ambiente che dovevamo privilegiare era quello che meglio conoscevamo, ovvero la famiglia, dove la relazione tra genitori

e figli si gioca a tempo pieno e per tutta la vita".

È così che oggi, a distanza di quasi vent'anni, nel centro cittadino di Novate Milanese, tra vecchie corti e moderni condomini, questo sodalizio sviluppa il proprio prezioso impegno.

Casa Cinzia è la prima creatura dell'associazione: è una casa di accoglienza che offre ospitalità e aiuto temporaneo a donne sole e a madri in difficoltà, cercando di sostenere il loro percorso verso l'auto-sufficienza.

Accanto a questa realtà è nato successivamente il progetto Gli Sgusciati, pensato per i genitori e i ragazzi con sindrome dello spettro autistico, che trovano ne La Tenda un ambiente accogliente e strutturato per le loro necessità.

"Apparentemente si tratta di due problematiche sociali distanti tra loro: cosa c'entrano madri sole e in difficoltà con ragazzi autistici? – afferma la presidente - Ecco invece il significato della stessa denominazione del nostro sodalizio, che rimanda al senso di accoglienza, al 'fare posto' perché l'altro possa



Cristina Iannantuoni, presidente dell'Associazione La Tenda odv





LA SCHEDA



LA TENDA odv

Via Cascina del Sole 9

20026 Novate Milanese (Milano)

info@latendaonlus.it

www.latendaonlus.it

Telefono sede 02.3545219

Telefono cellulare: 340.6729920

Codice fiscale (per 5xmille) 97269160152



trovare un luogo dove sentirsi accolto e sostenuto nel valorizzare competenze e capacità e nel migliorare gradualmente la qualità della propria vita”.

Oggi Casa Cinzia è gestita in associazione temporanea di scopo con la Cooperativa La Grande Casa di Sesto San Giovanni. Continua Iannantuoni: “All’inizio abbiamo gestito il progetto in autonomia, diventando un punto di riferimento del Centro Aiuto alla Vita dell’Ospedale Mangiagalli di Milano. Poi abbiamo pensato che fosse necessario un salto di qualità. Abbiamo deciso di modificare la tipologia di accoglienza trasformando Casa Cinzia da comunità educativa a casa di avviamento all’autonomia, legandoci a La Grande Casa, società cooperativa sociale onlus che si occupa di minori vulnerabili e di famiglie in difficoltà in diversi territori delle Province di Milano, Como, Lecco, Monza e Varese”.

Nell’appartamento di Novate Milanese, in una corte che richiama le vecchie case di ringhiera, ven-

gono ospitate tre mamme con i rispettivi bambini: “In questi anni abbiamo ospitato tanti casi drammatici – dice la segretaria dell’associazione, Ivana Eusebio - ma abbiamo condiviso anche tante storie di riscatto”. Come quella di Adriana, dalla Romania, ingegnere nel proprio Paese, ospite per due anni di Casa Cinzia, ora con un proprio lavoro e una serenità ritrovata. Oppure come la vicenda umana di Patricia, dall’Ecuador: “È arrivata da noi con una bimba piccola. Avendo un’esperienza come sarta, ha trovato lavoro in un atelier milanese, ha lasciato la comunità, si è sposata e ha avuto un’altra bimba. Per noi è vera gioia vedere sul volto di queste donne una rinascita, una nuova autentica vita”.

Certo, non mancano le situazioni dolorose, difficili, ma i tanti volontari dell’associazione sanno che non si tratta comunque di un servizio vano. Si semina amore. Proprio come accade anche nell’altro delicato progetto, denominato Gli Sgusciati.





Cristina Iannantuoni (a destra) con Ivana Eusebio, segretaria dell'Associazione

“Mio figlio, che oggi ha 23 anni, è un ragazzo autistico – svela la presidente Iannantuoni –. Anche dall’esperienza diretta mia e di mio marito nasce questo impegno, che, come dice la stessa denominazione, ha l’obiettivo di aiutare i ragazzi colpiti da questa sindrome a uscire dal proprio guscio”. Non a caso il logo del progetto è rappresentato da una simpatica e colorata tartaruga, che spinge il proprio muso sorridente verso l’esterno.

I dati sulla diffusione di questo disturbo stanno assumendo grande rilevanza: se nel dopoguerra si registrava un caso di autismo ogni 70 mila nati, oggi gli esperti calcolano che l’incidenza sia di 1 ogni 70. C’è chi parla addirittura di una vera e propria epidemia di autismo, che si caratterizza con la compromissione del linguaggio, difficoltà di relazione e stereotipie.

“Ci siamo accorti che non eravamo la sola famiglia a dover affrontare questa sfida. Con mio marito abbiamo coinvolto altre coppie. Ci siamo detti: facciamo qualcosa noi, attraverso l’associazione La Tenda, che già era attiva con Casa Cinzia. Siamo partiti, prima con un’educatrice, poi con altri volontari, seguendo tre ragazzi autistici. Ci siamo resi conto che il bisogno era forte, che altre famiglie venivano coinvolte. Abbiamo trovato nuovi spazi, anche grazie all’amministrazione comunale”.

Cresce così un’attività che oggi assiste dodici utenti dai 9 ai 26 anni, cinque dei quali (i più grandi) con un progetto semiresidenziale: “Ma ci sono almeno altre quaranta situazioni che conosciamo e che ci sono state segnalate sul territorio, dove spesso sono pochi i servizi dedicati a questa specifica disabilità”.

È un lavoro che richiede competenza ed è anche per questo che in questi anni è nata una collaborazione con la Fondazione Sacra Famiglia di Cesano Boscone, che vanta un’équipe specializzata, guidata dal Professor Lucio Moderato, psicologo e psicoterapeuta, professore di Psicologia della disabilità presso l’Università Cattolica di Milano. È lui in prima


persona che supporta scientificamente il progetto e lo supervisiona.

Le attività si svolgono negli appartamenti, dati in locazione dal Comune di Novate Milanese, nel centro cittadino. È un progetto ambizioso e complesso che intende offrire ai ragazzi la concreta possibilità di vivere delle esperienze di vita in comune, con laboratori pomeridiani, attività organizzate per i fine settimana e uscite sul territorio: “I ragazzi vanno ad esempio al supermercato e imparano a muoversi e a fare acquisti – racconta un’educatrice -. Due di loro hanno l’impegno di portare la spesa a un’anziana, che ogni volta li aspetta come fossero figli suoi. Facciamo attività in città, puliamo qualche spazio verde; poi ci sono i laboratori in sede, attraverso i quali i ragazzi acquistano autonomia e manualità”.

L’obiettivo che si intende perseguire è il recupero e lo sviluppo di abilità pratiche e cognitive che permettano al soggetto di diventare progressivamente più consapevole e autonomo: “C’è una frase – ricorda con occhi lucidi Cristina Iannantuoni - che il Professor Moderato mi ha detto un giorno: i vostri figli autistici possono fare tutto, ma se non sono autonomi quando vanno in bagno avete fallito! Come dire che dobbiamo puntare alle cose semplici, pratiche, lavorando con immagini dirette, con poche chiare parole. Così è bello scoprire che i ragazzi crescono, guadagnano autonomia. E le famiglie gioiscono quando scoprono che loro figlio ha imparato a tagliare una zucchina o a fare lavoretti”.

La Tenda non è il paradiso terrestre, ma c’è un metodo e lo si persegue con tenacia e professionalità, dando anche alle famiglie la possibilità di avere momenti di incontro per confrontarsi sull’esperienza genitoriale e costruire una rete di supporto reciproco.

“Il sogno in grande – aggiunge Iannantuoni - è quello di sviluppare, nel tempo, l’attuale proposta perché diventi una realtà diurna, che accolga i ragazzi con autismo (terminato l’assolvimento scolastico) per tutto il giorno e diventi quindi un punto di riferimento fondamentale per la loro vita adulta. Ma servono risorse, perché nulla si può improvvisare”.

Il problema forse più grave per la stragrande maggioranza degli interessati da tale disturbo consiste infatti nel fatto che più dell’80 per cento di loro non raggiunge mai un grado di autonomia e capacità socio-relazionale e dunque avrà per sempre bisogno di un contesto di vita protetto e facilitato. Proprio per questo La Tenda è in prima fila per fare rete, per trovare sinergie con altre realtà impegnate a sostegno della disabilità, che deve diventare risorsa e non un peso per la società. 

SPORT IN PRIMO PIANO



Dieci squadre e ben cento colleghi giocatori: questi i numeri del 16° Torneo di Calcetto di Gruppo Banco Desio, svoltosi il 26 maggio scorso a Fano. Un appuntamento ormai tradizionale e seguitissimo, che ha visto prevalere la squadra di Fides su quella delle Marche-Umbria, dopo una finale veramente emozionante; terzo posto per Banca Popolare di Spoleto e “medaglia di legno” per la squadra dell’Emilia. A completare il programma sportivo del weekend marchigiano, in contemporanea si è svolto anche il Trofeo Tennis del Gruppo, giunto alla sua terza edizione; ad aggiudicarsi la vittoria è stato Rodolfo Griselli (Banca Popolare Spoleto), che ha prevalso in finale su Marco Ferranti (dell’area Marche – Umbria).

Al successo dell’iniziativa - che ha visto la presenza della Proprietà, della Direzione Generale e di numerosi dirigenti - ha contribuito in modo rilevante Massimo Compagnucci, responsabile area Marche Abruzzo, che ha brillantemente seguito la location. Appuntamento ora al 2020, in Liguria, per nuove sfide sportive.

31



ALLA SCOPERTA DEL CENTRO AMERICA

Atmosfere esotiche, panorami affascinanti, storia, natura, cultura e tradizioni: questa la sintesi del viaggio che ha portato, nell’arco di due settimane, il Circolo Ricreativo Culturale di Gruppo Banco Desio alla scoperta di Messico e Guatemala.

Un viaggio ricchissimo di stimoli e suggestioni, con la visita a numerosi siti archeologici (come quello di Teotihuacan, immensa e misteriosa città precolombiana nei pressi di Mexico City, o Chichen Itza, la più grande città maya dello Yucatan, dichiarata patrimonio culturale mondiale dall’Unesco), villaggi tipici (come quelli guatemaltechi di San Francisco El Alto e San Andres Xecul) e scenari naturali (tra cui il lago Atitlan, in Guatemala, posto a circa 1.500 metri di altitudine e circondato da tre vulcani); con un finale di relax, affacciati sulla spiaggia di Cancun sul Mar dei Caraibi. Un viaggio memorabile e assolutamente fuori dall’ordinario, destinato ad arricchire il patrimonio di ricordi e di conoscenze di ogni partecipante.





Tradizioni autunnali in **ALTO ADIGE**

— Anita Armani —

Per la maggior parte delle persone, le parole Alto Adige evocano di primo acchito scenari di piste innevate e grandi comprensori sciistici con spettacolari vedute sulle più celebri cime dolomitiche. Per i più appassionati di montagna, questa zona è anche il luogo privilegiato di escursioni estive, con splendidi percorsi di tutti i tipi: dalle semplici passeggiate a portata di tutti, fino a impegnative vie ferrate e complesse ascensioni alpinistiche.

Quello che non tutti sanno, però, è che anche la stagione autunnale è in Alto Adige un momento tutto da scoprire: non solo per gli straordinari colori dei boschi, che si accendono di fiammanti tonalità di giallo, rosso, arancio; ma anche per la grande quantità di feste tradizionali ed eventi tipici, primo tra tutti quello del Törggelen, genericamente traducibile con l' "andar per locande". Una tradizione antica, profondamente radicata e talmente importante

per l'Alto Adige da meritarsi la definizione di "quinta stagione".

Da ottobre fino all'inizio dell'Avvento, infatti, il territorio celebra un'antica tradizione della cultura quotidiana altoatesina che racchiude il meglio dell'ospitalità di queste zone: a partire da inizio ottobre le porte dei masi si aprono ai visitatori e nelle tipiche "stuben" è possibile assaggiare il "Nuien" (il vino nuovo) accompagnato da prodotti tipici locali. Un'usanza che si è mantenuta nel corso dei secoli: oggi come ieri la gente passeggia lungo sentieri circondati da vigneti e boschi di castagni degustando le delizie del luogo. E se un tempo erano i visitatori a portare il cibo durante le visite ai viticoltori, oggi sono proprio i produttori a offrire le proprie specialità: vino, il celebre Sußer (il succo d'uva dolce non ancora fermentato) e altre pietanze tipiche della stagione come lo speck, la zuppa d'orzo, gli Schlutzkrapfen (ravioli agli spinaci) o la "Schlachtplatte" - un piatto con diversi tipi di carne, costole, crauti e patate. E

dulcis in fundo grappe, castagne e "Krapfen" ripieni di marmellata fatta in casa.

La tradizione del Törggelen è quindi un'occasione unica per andare alla scoperta di queste zone, godendo di tutti gli elementi che ne rappresentano i veri e propri simboli.

Il primo di questi riferimenti è, senza dubbio, quello del foliage e delle passeggiate: la stagione del Törggelen, l'autunno, è un momento di grande bellezza per l'intero paesaggio e offre l'occasione di passeggiare tra boschi di castagni e vigneti in festa, riempiendosi gli occhi di tinte decise e suggestive come l'arancio e l'ocra. Perché, è bene sottolinearlo, una "conditio sine qua non" di questo appuntamento è che i masi e i Buschenschänke (le cosiddette "osterie della buona frasca", taverne tradizionali che rimangono aperte solo alcuni mesi dell'anno) si raggiungano rigorosamente a piedi, attraverso itinerari più o meno lunghi che consentono di provare le specialità di diversi locali. Un'occasione perfetta per andare alla scoperta di sentieri tematici inediti e affascinanti, e anche per smaltire un po' delle calorie assunte durante le varie soste.

Un secondo importante elemento del Törggelen è la stube, il soggiorno delle case tradizionali altoatesine. Un termine che individua non solo un locale della casa, ma che costituisce il simbolo della convivialità: la gente si riuniva in questa sala per condividere i pasti e rivedersi dopo una giornata di intenso lavoro nei campi. Per secoli è stato il luogo in cui si attendeva che la durezza dell'inverno venisse spazzata via dal clima più mite della primavera. In un tempo in cui non esistevano telefoni, TV e laptop, in montagna ci si riuniva in questa stanza per cantare e giocare a carte con i vicini. La stube, però, non si trovava solo nelle abitazioni e nei masi, ma anche nelle locande tipiche dell'area alpina. Al caldo della sua stufa i contadini sedevano accanto agli avvocati e i commercianti potevano conversare con i politici: era un luogo di aggregazione sociale, in cui i discorsi sul tempo si mescolavano alle dissertazioni filosofiche. Un'atmosfera affascinante, rimasta tuttora immutata.

Altro imperdibile riferimento tradizionale, il vino novello: in autunno gli amanti del vino si recavano presso i produttori ad assaggiare la nuova annata. Anche gli osti, che si rifornivano di vino direttamente dal produttore, volevano testare personalmente la qualità del vino nuovo. In origine la degustazione aveva luogo in cantina. È qui si trovavano le presse da vino fatte di legno, i cosiddetti Torggl (il cui nome deriva dal latino torquere – pressare) che hanno dato il nome all'intera usanza.



Infine, un elemento imprescindibile è quello delle castagne: un frutto molto importante nell'alimentazione della gente del luogo, perché la popolazione meno abbiente le usava per produrre farina e pane. Inoltre, il legno del castagno, ricco di acido tannico e quindi durevole, serviva e serve tuttora a produrre i sostegni per le vigne.

Lo lunghissima storia del Törggelen ha dato vita anche a numerosi racconti e aneddoti: come quello della statua di Sant'Urbano, che secondo tradizione



34

viene trasportata nel periodo autunnale dal paese di Cermes a quello di Marleno. L'usanza di fare sosta presso i contadini più importanti, premiando ogni volta i quattro portatori con una buona bevuta, ha fatto sì che - a quanto si dice - in alcune occasioni la statua di Sant'Urbano sia stata portata a casa a testa in giù; un errore che, trattandosi del santo protettore dei vignaioli, è comunque tutto sommato più che giustificabile.


Per sperimentare in prima persona, magari durante un weekend, questa antica tradizione, le possibilità sono innumerevoli, lasciando solo l'imbarazzo della scelta attraverso sentieri facili e ben segnalati. È possibile ad esempio visitare la zona intorno a Bressanone percorrendo il cosiddetto "sentiero escursionistico del vino", che parte dal paese di Chiusa e prosegue, in direzione di Velturo, attraverso i vigneti di Leitach, passando per diverse tenute vinicole, fino al maso Hienghof, per ritornare infine al punto di partenza.

Spostandosi nei dintorni di Merano, un percorso non particolarmente lungo, ideale per chi ama le passeggiate non impegnative, è il "sentiero didattico sul castagno" che parte da Foiana, piccola frazione del paese di Lana - all'imbocco della Val d'Ultimo - immersa tra vigneti, frutteti e castagneti con una meravigliosa vista sulla Val d'Adige fino al Catinaccio. Da qui una scultura a forma di un enorme riccio di castagne indica l'ingresso al sentiero, sviluppato per interessare grandi e piccoli attraverso dieci stazioni tematiche,

in parte interattive, che raccontano tutto della straordinaria pianta del castagno e dei suoi frutti.

Si snoda nella zona dell'Alpe di Siusi, invece, il sentiero escursionistico "dei masi": un'escursione ad anello che parte da Fiè allo Sciliar attraversandone lo sfaccettato paesaggio naturale e antropizzato e che costeggia antichi masi, osterie contadine, vigneti e castagneti; un itinerario che offre anche l'occasione di una visita a Castel Presule, dalle origini risalenti al 1200 e il cui aspetto attuale, splendido esempio di arte gotica, è datato al XVI secolo.

Affascinante anche il "sentiero del vino" a forma di otto che ha il suo punto centrale nel paese di Caldaro e che conduce verso l'omonimo lago, passando per vigneti storici e aziende vitivinicole, lungo il quale si incontrano in più occasioni candide soglie di color bianco calce inserite nel terreno, riportanti le iscrizioni dei nomi storici dei vigneti. Nomi dai suoni suggestivi, in parte di origine retica e in parte romana: Keil e Ölleiten, Vial e Prunar, Puntara e Palurisch, Salt e Plantaditsch, solo per citarne alcuni.

Ma i possibili itinerari sono moltissimi, e ogni zona dell'Alto Adige è in grado di offrire panorami mozzafiato ed eccellenze del territorio. Anche per quanto riguarda le locande dove mangiare e soggiornare, la scelta è quasi infinita: tanto che il sito ufficiale del turismo altoatesino ha dedicato al Törggelen un'intera sezione (www.suedtirol.info/it/esperienze/toerggelen), in cui è possibile ottenere ogni tipo di informazioni aggiornate e dettagliate. 

Entra in filiale qui il mutuo è CASA.

TASSO
VARIABILE

TASSO
MISTO

TASSO
FISSO

FLEXTIME



 **Rapida verifica di fattibilità.**

Grazie all'offerta **DCasa**, costruiremo una soluzione personalizzata per affrontare il tuo nuovo impegno con serenità. bancodesio.it

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali del prodotto è necessario fare riferimento alle "Informazioni Generali sul credito immobiliare offerto ai consumatori" disponibili presso le filiali del Banco, su supporto cartaceo/telematico, e pubblicate sul sito www.bancodesio.it alla sezione "Trasparenza". Il Banco si riserva la valutazione del merito creditizio e dei requisiti necessari alla concessione del mutuo. Il prodotto pubblicizzato con il presente messaggio è promosso e collocato esclusivamente presso gli sportelli delle Filiali del Banco di Desio e della Brianza S.p.A.



Banco Desio

Un rapporto personale.

1909 - 2019 *Chiamala ancora Banca*

*Non volevo
sentirmi solo
un numero*

**DA 110 ANNI
UN CLIENTE È PER
NOI IL CLIENTE**